

ANALISIS FAKTOR KUALITAS PELAYANAN PADA RUMAH MAKAN XYZ JAKARTA

Zulkifli Zainuddin

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Attahiriyah Jakarta, Indonesia

*E-mail korespondensi :uki_zulkifli@yahoo.com

Informasi Artikel

Draft awal: 2 Jan 2018
Revisi : 4 Feb 2018
Diterima : 25 Feb 2018
Available online: 28 Feb 2018

Keywords: service quality

Tipe Artikel : Research paper



Diterbitkan oleh Fakultas
Ekonomi Universitas Islam
Attahiriyah

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of promotion and quality of service to customer satisfaction in Restaurant XYZ Jakarta. The population in this study is the visitors who visited the XYZ Tebet Restaurant period of December 17, 2017. Sampling will stop after the fulfillment of the time range for 5 days and obtained the number of samples of 35 respondents with convenience sampling method. The analysis test used in this research is factor analysis test. The results of this study indicate that the factors that are most able to explain the quality of service is a factor is the ability factor to help visitors. This factor consists of: (1) Physical facilities (3) Responsiveness, (4) Able to help (5) Friendly (6) Polite. The second factor is the waiter has a firm nature consisting of a firm attitude

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Rumah Makan XYZ Jakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang berkunjung ke Rumah Makan XYZ Tebet periode 17 Desember 2017. Pengambilan sampel akan berhenti setelah terpenuhinya *range* waktu yaitu selama 5 hari dan diperoleh jumlah sampel sebanyak 35 responden dengan metode *convenience sampling*. Uji analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji analisis faktor. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang paling mampu menjelaskan kualitas pelayanan adalah faktor adalah faktor kesanggupan membantu pengunjung. Faktor ini terdiri dari: (1) Sarana fisik (3) Daya tanggap, (4) Sanggup bantu (5) Ramah (6) Sopan santun. Faktor kedua adalah pelayan memiliki sifat tegas yang terdiri dari sikap tegas.

Pedoman Sitasi: Zulkifli Zainuddin (2018). ANALISIS FAKTOR KUALITAS PELAYANAN PADA RUMAH MAKAN XYZ JAKARTA. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 53 - 58

1. Pendahuluan

Perkembangan dan persaingan dunia bisnis saat ini semakin ketat, kebijakan dan strategi dari perusahaan juga mengalami banyak inovasi dan kreatifitas sebuah kepercayaan dan loyalitas dari konsumen sangatlah berarti bagi perusahaan dan tentunya dengan penjualan yang dilakukan, perusahaan ingin mendapatkan profit atau keuntungan yang maksimal, sehingga perusahaan melakukan berbagai macam strategi untuk meningkatkan dan mengembangkan dan layanannya.

Keunggulan dalam persaingan adalah kualitas jasanya yang adadan dapat memenuhi keinginan konsumen. Bila tidak sesuai dengan spesifikasi maka akan ditolak. Sekalipun masih dalam batas toleransi yang telah ditentukan maka sebaiknya perlu menjadi catatan untuk menghindari terjadinya kesalahan yang lebih besar diwaktu yang akan datang.

Kondisi pelanggan yang semakin kritis dalam hal kualitas juga memaksa perusahaan untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan mutu produknya agar terhindar dari klaim atau ketidakpuasan pelanggan perusahaan. Konsumen dalam memilih suatu merek produk akan melalui tahap percobaan terlebih dahulu. Jika dirasakan merek tersebut cocok dan memenuhi apa yang diharapkan dari produk sejenis, maka konsumen akan terus mencari merek tersebut.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen karena makanan adalah kebutuhan pokok manusia yang tidak bisa lepas dari kehidupan kita.

Tabel 1. Pengunjung Restaurant XYZ Tebet Jakarta Selatan

Tahun	Jumlah Pengunjung	Persentase (%) Tahunan
2014	17.936	-
2015	16.570	-7,61
2016	22.635	36,60
Total	57.141	

Sumber: data diolah

Total pengunjung restaurant XYZ Tebet Jakarta Selatan pada tahun 2014 adalah sebesar 17.936 pengunjung dengan rata-rata pengunjung tiap bulannya adalah sebanyak 1.494 pengunjung atau berjumlah 49 pengunjung perhari. Jumlah pengunjung Restaurant Bebek goreng H. Slamet mengalami penurunan pada tahun 2015 yaitu sebesar 7,61% atau sebanyak 16.750 pengunjung atau berjumlah 46 pengunjung perhari. Namun pada tahun 2016 restaurant bebek goreng H. Slamet ini mengalami kenaikan pengunjung sebesar 36.60% atau sebanyak 22.635 pengunjung dengan rata-rata total pengunjung perbulannya adalah 1.886 pengunjung atau berjumlah 62 pengunjung perhari. Kenaikan jumlah pengunjung dikarenakan adanya inovasi dari menu sambal yang awalnya hanya sambal korek lalu sekarang menambahkan menu sambal hijau.

Berdasarkan persepsi pelanggan yang didapatkan dari kotak keluhan pelanggan yang disediakan restoran XYZ dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang kurang baik dapat menyebabkan pelanggan Bebek XYZ Tebet menjadi kurang puas yang berakibat terhadap penurunan pendapatan restoran Bebek XYZ cabang Tebet. Peningkatan biaya tambahan sambal pada setiap penambahan menu sambal di restoran tersebut, pelayanan yang kurang baik dapat menyebabkan pelanggan Bebek XYZ cabang Tebet menjadi kurang puas yang berakibat terhadap penurunan pendapatan restoran Bebek XYZ cabang Tebet Jakarta.

2. Kajian Pustaka

Menurut Gronroos (Ratminto & Winarsih, 2005: 2), pelayanan adalah suatu aktifitas atau serangkaian aktifitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.

Menurut Sinambela (2010;3) pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan bahkan secara ekstrim dapat dikatakan dengan kehidupan manusia. Adapun fungsi pelayanan sebagai berikut:

- a. Melayani pelanggan dengan ramah, tepat dan cepat.
- b. Menciptakan suasana agar pelanggan merasa dipentingkan.
- c. Menempatkan pelanggan sebagai mitra usaha.
- d. Menciptakan pangsa pasar yang baik terhadap produk atau jasa.
- e. Memenangkan persaingan pasar.
- f. Memuaskan pelanggan agar mau berbisnis lagi dengan perusahaan.
- g. Memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Kualitas Pelayanan (Service Quality) telah hampir menjadi faktor yang menentukan dalam menjaga keberlangsungan suatu organisasi birokrasi pemerintah maupun organisasi perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan kebutuhan pengguna jasa publik sangat penting dalam upaya mewujudkan kepuasan pengguna jasa publik (customer satisfaction). Menurut Sinambela (2011;6) kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (*meeting the needs of customer*). Sedangkan menurut Kasim dalam Pasolong (2011;133) mengatakan bahwa pelayanan yang baik adalah kemampuan seseorang dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang telah ditentukan.

Menurut Zeithaml-Parasurman-Berry dalam Pasolong (2011;135) untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dinyatakan secara nyata oleh pelanggan terdapat indikator ukuran kepuasan pelanggan yang terletak pada lima dimensi yaitu:

- a. *Tangibles (Bukti Langsung)*
Kualitas pelayanan berupa sarana fisik
- b. *Reliability (Kehandalan)*
Kemampuan dan kehandalan untuk menyediakan pelayanan yang terpercaya.
- c. *Responsiveness (Daya Tanggap)*
Kesanggupan untuk membantu dan menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat,
- d. *Assurance (Jaminan)*
Ramah dan sopan santun pegawai dalam meyakinkan kepercayaan pelanggan.
- e. *Empathy (Empati)*
Sikap tegas tetapi penuh perhatian dari pegawai terhadap pelanggan.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survey. Penelitian survey dilakukan pada populasi, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Dalam penelitian ini akan dilakukan survey sejumlah pada sejumlah pengunjung pada Restoran Bebek XYZ, Tebet

Penelitian ini dikategorikan deskriptif dimana penelitian dilakukan untuk melakukan data *summarization* pada faktor faktor mana yang terbukti sebagai pembentuk kualitas pelayanan, dimana membuat perbandingan atau menghubungkan antar satu masalah dengan masalah yang lain.

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2007). Objek analisis dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah pengunjung yang berkunjung ke Restoran XYZ Tebet periode 17 Desember 2017.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling* atau *convenience sampling* yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti yang dijumpai ditempat survey, bila dipandang konsumen yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Pengambilan sampel akan berhenti setelah terpenuhinya *range* waktu yaitu selama 5 hari dan diperoleh jumlah sampel sebanyak 35 responden.

Teknik statistic yang digunakan adalah analisis factor. Tujuannya untuk mengelompokkan data menjadi beberapa kelompok sesuai dengan saling korelasi antar variable. Analisis faktor dapat digunakan untuk mengetahui pengelompokan individu sesuai dengan karakteristiknya, maupun untuk menguji validitas konstruk.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Nilai *cronbach alpha* diperoleh sebesar 0.817 yang mengindikasikan bahwa instrument yang digunakan memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Sementara, besaran nilai *corrected item total correlation* tujuh (7) item pertanyaan yang di uji kepada responden memperlihatkan instrumen nomor 2 dinyatakan sebagai item yang tidak valid, sehingga item yang dapat di berjumlah 6 item.

Setelah ke enam item dinyatakan valid, maka selanjutnya dilakukan analisis factor. Analisis faktor konfirmatori digunakan untuk menguji apakah indikator pembentuk variable dapat mengkonfirmasi sebuah konstruk variable. Dalam analisis ini akan dilihat seberapa besar korelasi antar faktor satu dengan faktor lain yang menjadi pembentuk variable. Jika ditemukan korelasi yang cukup kuat diantara faktor maka dinyatakan faktor tersebut dinyatakan memang sebagai pembentuk variable. Besaran matrik korelasi yang disepakati untuk analisis factor adalah 0,5.

Hasil uji analisis factor pada 6 kualitas pelayanan diperoleh nilai KMO pada kotak KMO and *Bartlett's Test* adalah sebesar 0,778. Hasil ini memperlihatkan bahwa instrument ini valid karena nilai KMO telah melebihi dari 0,5. Disamping itu, dilihat nilai *Bartlett's Test* menunjukkan nilai 129.918 dengan nilai sig 0,000 sehingga dapat disimpulkan bahwa item yang ada telah memenuhi syarat valid.

Tabel 2. Korelasi Anti-Image kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan	Nilai Korelasi <i>Anti Image</i>
Sarana fisik	0,779
Daya tanggap	0,842
Sanggup membantu	0,812
Ramah	0,575
Sopan santun	0,793
Sikap tegas	0,653

Sumber: diolah, 2018

Dari item yang diteliti, ternyata hasil ekstraksi computer menghasilkan 2 faktor (nilai *eigen value* > 1 yang menjadi faktor). Faktor 1 mampu menjelaskan sebesar 53,184% dan factor 2 menjelaskan 18,293. Dari ke dua factor ini mampu menjelaskan lebih dari 50% yaitu sebesar 71,477 varian kualitas pelayanan. Dengan melihat komponen matrik diketahui bahwa butir yang mempunyai korelasi cukup kuat dengan faktor 1 adalah item ke 1, 3, 4, 5 dan factor ke 2 memiliki nilai korelasi kuat adalah item ke 7.

Dengan melihat komponen matrik diatas, maka selanjutnya adalah pemberian nama faktor. Pemberian nama factor ini menurut Ghazali bersifat subjektif dan kadang kadang *factor loading* tertinggi digunakan untuk memberi nama faktor. Dengan demikian faktor 1 kesanggupan membantu pengunjung dan faktor kedua dinamakan pelayan memiliki sifat tegas.

Tabel 3. Matrik Komponen

	Component	
	1	2
Sarana fisik	.606	-.531
Daya tanggap	.684	-.382
Sanggup bantu	.832	.098
Ramah	.846	.314
Sopan santun	.819	-.180
Sikap tegas	.527	.727

Sumber: diolah, 2018

Faktor yang paling mampu menjelaskan kualitas pelayanan adalah faktor kesanggupan membantu pengunjung. Faktor ini terdiri dari: (1) Sarana fisik (3) Daya tanggap, (4) Sanggup bantu (5) Ramah (6) Sopan santun. Factor kedua adalah pelayan memiliki sifat tegas terdiri dari sikap tegas.

5. Keterbatasan dan Agenda Penelitian Mendatang

Penelitian ini memiliki keterbatasan, yaitu pada sampel yang digunakan dalam melakukan penelitian di Rumah Makan Bebek XYZ Jakarta Selatan, Tebet lebih didasarkan kemudahan pada kemudahan. Selain itu dibutuhkan waktu yang panjang untuk berinteraksi di lapangan dikarenakan pengunjung hanya difokuskan pada tempat penelitian yang ada dan pengunjung merasa "risih" atau kurang nyaman dengan adanya peneliti dikarenakan kedatangan mereka pada Rumah Makan melainkan dan tidak bukan hanya untuk pertemuan dengan rekan kerja atau urusan hal lain.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, riset lanjutan sebaiknya melakukan penelitian dengan objek penelitian pada cakupan wilayah yang lebih luas atau melakukan perbandingan antara Rumah Makan Bebek XYZ atas faktor penelitian serupa dengan melihat hubungan dengan cara mengamati faktor yang diukur untuk melihat ketertarikan para pengunjung.

6. Kesimpulan

Hasil uji reliabilitas dan validitas memperlihatkan bahwa item pertanyaan terbukti memenuhi syarat reliabilitas dan validitas item. Berdasarkan analisis faktor diperoleh besaran nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO) adalah sebesar 0,778. Hasil ini memperlihatkan bahwa instrumen ini valid karena nilai KMO telah melebihi dari 0,5.

Berdasarkan korelasi anti-image di atas, maka dapat dinyatakan bahwa item pengujian diikutsertakan dalam model, dimana seluruhnya memiliki nilai korelasi anti-image yang lebih besar dari 0.50. Hasil ekstraksi komputer hanya menghasilkan 2 faktor (nilai eigenvalue > 1 yang menjadi faktor).

Faktor 1 mampu menjelaskan sebesar 53,184% dan factor 2 menjelaskan 18,293. Dari kedua faktor ini mampu menjelaskan lebih dari 50% yaitu sebesar 71,477 varian kualitas pelayanan. Faktor yang paling mampu menjelaskan kualitas pelayanan adalah faktor adalah faktor kesanggupan membantu pengunjung. Faktor ini terdiri dari: (1) Sarana fisik (3) Daya tanggap, (4) Sanggup bantu (5) Ramah (6) Sopan santun. Factor kedua adalah pelayan memiliki sifat tegas terdiri dari sikap tegas.

Daftar Pustaka

- Pasolong, Harbani, (2011). *Teori administrasi publik*. Bandung: Alfabeta
- Ratminto dan Winarsih, Atik Septi. (2005). *Manajemen Pelayanan (Cetakan I)*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Sinambela, L.P. (2011). *Reformasi pelayanan publik*. Jakarta: Bumi Aksara
- _____. (2010). *Reformasi pelayanan publik: teori, kebijakan dan implementasi*, cetakan kelima. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Sugiyono. (2007). *Metode penelitian administrasi*. Bandung: Alfabeta